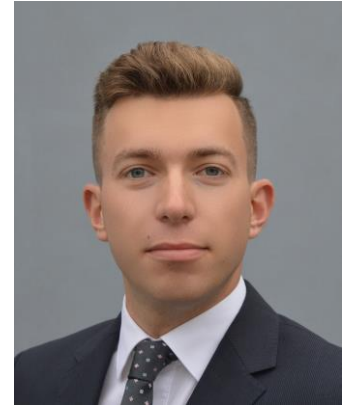


Peter D. Würinger



Medienstimmung und Finanzmarktentwicklungen

Jüngste Ergebnisse der empirischen Finanzmarktforschung ließen starken Zweifel über die Richtigkeit der Annahmen der Effizienzmarkthypothese sowie der Random-Walk-Theorie aufkommen. Dieser Tatsache ist es geschuldet, dass sich das Interesse der Behavioral Finance in den vergangenen Jahren auf die Untersuchung des Einflusses der Medienstimmung auf Entscheidungsträger, Institutionen und ganze Märkte konzentrierte. Die wissenschaftliche Aufarbeitung dieses Zusammenhangs brachte mehrere bedeutende Erklärungsmodelle hervor. Sie setzen die Entwicklungen der Finanzmärkte und das Verhalten der Investoren in Relation, um darauf aufbauend eine Prognose über zukünftige Aktienrenditen, Volatilitäten und Risiken zu entwickeln.

Zielsetzung dieser Arbeit ist es, die große Bandbreite an Literatur, die im Spannungsfeld zwischen Medienstimmung und Finanzmarktentwicklungen entstanden ist, zu analysieren und zusammenzufassen. Hierfür erstreckt sich der Bogen von der neoklassischen Markttheorie bis hin zur medialen Stimmungsanalyse. Darüber hinaus versucht diese Arbeit die Grundlagen der klassischen Finanzforschung zu vermitteln, die verschiedenen Finanzmarktanomalien sowie die dahinterstehenden kognitiven Verhaltensverzerrungen näher zu erörtern und schlussendlich die wichtigsten, bereits existierenden, theoretischen Methoden und Modelle hinsichtlich ihres Einflusspotentials auf die Entwicklung der Finanzmärkte auf individueller, firmen- sowie marktspezifischer Ebene zu analysieren und zusammenzufassen.

Zentrale Bedeutung innerhalb dieser Arbeit kommt der Annahme zu, dass die qualitativen Informationen zu einer Verbesserung der Prognosegenauigkeit der quantitativen Modelle beitragen und die Medienstimmung somit ein entscheidender Indikator für die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen auf den Finanzmärkten ist. Das Spektrum der quantitativen

Informationen reicht von Jahresabschlüssen über Nachrichtenartikel bis zu Onlinenachrichten und den Veröffentlichungen auf Social Media Plattformen. Der Zusammenhang zwischen der Medienstimmung und den Finanzmarktentwicklungen kann nun dadurch charakterisiert werden, dass ein hoher Medienpessimismus (Medienoptimismus) zu sinkenden (steigenden) Aktienrenditen am selben sowie am darauffolgenden Handelstag führt. Nach einer anfänglichen Abwärtsbewegung (Aufwärtsbewegung) kehren die Kurse jedoch rasch wieder zu ihren fundamentalen Werten zurück. Dies lässt darauf schließen, dass die Märkte nicht in der Lage sind, alle öffentlich verfügbaren Informationen unverzüglich zu verarbeiten und somit eine schwache Informationseffizienz auf den Finanzmärkten vorherrscht.